

Е. К. Кленов

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В данной статье были исследованы проблемы малых городов как в целом, так и непосредственно в Великобритании. Были выявлены и обоснованы необходимые пути развития малых городов. Посредством анализа составлен список малых городов Великобритании с имеющимися достопримечательностями и туристическими объектами, чтобы наглядно показать, что необходимо развивать в том или ином городе. Также были предложены возможные варианты развития малых городов Великобритании для привлечения большего туристского потока.

Ключевые слова: малые города, туризм, Великобритания.

E. K. Klenov

PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN SMALL TOWNS OF THE GREAT BRITAIN

This article investigated the problems of small towns as a whole, as well as directly in the Great Britain. They have been identified the necessary path of development of small towns. Through the analysis made a list of small cities in the Great Britain with the existing attractions and tourist sites to visually see the need to develop in a particular city. They also suggest possible options for the development of small cities in the Great Britain to attract more tourist traffic.

Key words: small towns, tourism, Great Britain.

В современном мире конкуренция – это постоянный атрибут глобальной среды, в которой действуют и развиваются отдельные города, которые по всему функционалу отличаются друг от друга: неравенство возможностей мегаполисов в отношении к малым историческим городам, нехватка культурно-исторических объектов, нежелание администрации строить новые объекты для привлечения иностранных гостей, отсутствие связей определенных исторических фигур с городом. Это в совокупности формирует привлекательное предложение страны, региона, города для населения и бизнеса.

При всей своей привлекательности и актуальности данная тема практически не изучена и не раскрыта в наше время даже при огромном туристском потоке в Великобританию. Для развития туризма малым городам не хватает средств, полномочий и инициативы местных властей.

Малые города – особое звено в структуре туризма любой страны.

Ежегодно во всем мире путешествуют более 1 миллиарда человек.

Помощь развитию туристической сферы в небольших городах нужно рассматривать как инструмент повышения уровня занятости населения, уменьшение трудовой миграции, укрепление деловой активности, создание положительного туристического имиджа. С целью содействия развитию сферы туризма в небольших городах необходимо активно стимулировать предпринимательскую инициативу, сформировать удобный инвестиционный и предпринимательский климат, привлекать бизнесменов к созданию туристических информационных центров, создать туристическую рекламную стратегию.

Своеобразной сверхзадачей городского менеджмента считается эффективное внедрение имеющихся, а также создание новых преимуществ для привлечения в город экономических агентов, способных повысить материальное благополучие жителей города.

Основной поток туристов направляется в большие города, такие, как Лондон, Кардифф, Эдинбург, Ливерпуль и тому подобные.

Доход от иностранного туризма в 2014 году сократился по сравнению со статистикой 2013 года. Это связано, прежде всего, с падением курса рубля относительно фунта стерлинга. Выручка, которую получили гостиницы и магазины Великобритании от туристов из России, в прошлом году сократилась на 28%. Компания «VisitBritain», занимающаяся продвижением туризма в Великобританию, указывает на то, что высокий курс фунта стерлингов тормозит рост доходов от туризма, однако облегченный визовый режим для состоятельных граждан таких стран, как Китай, обещает сохранить высокий приток иностранных покупателей и довести общий уровень покупок и расходов туристов из-за рубежа до 22,2 млрд. фунтов стерлингов в 2015 году (повышение на 4,5%).

Правительство высоко оценило 2014 год как год рекордного для Великобритании туристического потока, после этого официальные данные показали процентное увеличение на 6 процентов числа посетителей.

По данным Управления национальной статистики, число прибывших в 2014 году выросло на 34,8 миллионов. Иностранные гости потратили 21,7 миллиардов долларов в прошлом году, что на 3 процента больше, чем в 2013.

Наиболее важным для туристического рынка Великобритании является Северная Америка, откуда число посетителей увеличилось на 4 процента – до 3,7 миллионов.

Ростуризм опубликовал итоговую статистику по выезду российских граждан за рубеж в 2014 году. Всего за границу в прошлом году отправились 45,8 млн. человек, что на 15% ниже показателей прошлого года. При этом число поездок с целью туризма составило 17,6 млн., а это на 4% меньше, чем в 2014 году.

Несмотря на то, что доход от туризма в Великобритании сократился, страна остается в пятерке сильнейших по въездному туризму. Всего Великобританию в 2014 году посетило 134,7 тыс. человек.

Малый город – это районный центр областного, краевого или республиканского подчинения; в подавляющем большинстве случаев это город или поселок городского типа.

Малые города – это важные места для работы, труда и отдыха, и они играют жизненно важную роль в территориальном объединении Европы, способствуя ее устойчивому развитию.

Малые города играют очень важную роль в Европе – от четверти до трети населения континента живет в городах с населением до 50 тысяч человек. По всему Евросоюзу, однако, небольшие старые города переживают трудности.

Малые исторические города характеризуются:

- значительным количеством исторических достопримечательностей и, как правило, сохраненными давними культурными традициями. Эти достопримечательности выступают городосоздающим фактором, то есть формируют лицо города, который является главным для туристов;
- инициативностью деятельности общественных организаций;
- перспективностью с точки зрения формирования специализированных туристических центров: лечебно-оздоровительных, исторических, рекреационных, горнолыжных, центров замкового, познавательно-культурного, паломнического туризма.

В малых городах и отдаленных местах инфраструктурные объекты и услуги, которые должны быть оборудованы для посещения туристов, должны располагаться таким образом, чтобы местное население могло подобраться к этим объектам. В итоге инвестиции в таких местах по туризму в значимой степени идут на пользу круглому росту и развитию малых городов, где туристические объекты находятся.

Учитывая, что в небольших городах проживает значительная часть населения страны, использование и развитие потенциала каждого из населенных пунктов такого типа оказывает большое социально-экономическое и культурно-познавательное воздействие на регион в целом.

На современном этапе развития мировая общественность все больше думает над судьбой малых и средних городов, имеющих историческое и культурное наследие, однако утративших под воздействием различных причин способность к самостоятельному поддержанию этого наследия на должном уровне. В этой связи возникает все больше программ и исследований по сохранению своеобразия архитектурно-пространственной среды и культурного наследия исторических поселений, а также реконструкции и модернизации исторически значимых участков. В современных условиях осознается, что мало их простого восстановления, нужно понимать, какие

цели преследуются, как будет использоваться это наследие в дальнейшем и, главное, для кого это делается. Поэтому развитие туристской деятельности является одним из возможных и перспективных направлений в решении данного вопроса. Однако, к сожалению, малые города не всегда готовы к приему большого туристского потока. Существует множество причин, сдерживающих развитие в них туризма: большая часть не имеет достаточно развитой инфраструктуры, способной в должной мере обеспечить такой объем туристов или имеет большой износ объектов показа. Кроме того, практически отсутствует нормативно-правовая база для регулирования столь сложного процесса. Туристская деятельность все сильнее воздействует на социальную и культурную сферу, экологию, внешнеэкономическую деятельность и международные отношения. Это связано с тем, что в современном мире туризм из преимущественно экономического явления превращается в парадокс социального и культурного порядка.

Большинство проблем управления городом возникает из-за отсутствия представления о городе как об объекте управления. Каждый город – это самый сложный социально-экономический организм, имеющий уникальные характеристики, особый характер отношений с внешней средой. Построение системы управления городом позволяет команде менеджеров наилучшим образом распоряжаться городскими ресурсами, выбирать основные инструменты управления, формировать социально-экономическую политику города.

Качественный слоган формирует платформу для усиления имиджа города. Вариантом использования всеобъемлющего слогана является формулирование темы, которая станет основанием специальных маркетинговых программ, ориентированных на конкретные целевые группы.

Имидж города может также формироваться и продвигаться посредством организации определенных мероприятий, событий и конструирования информационных поводов на этой основе. Успешно организованное событие, вышедшее за масштабы города, обеспеченное соответствующими методами PR-коммуникации, может создать крепкий бренд города.

Наличие связи знаменитой фигуры с определенным городом – мощное средство формирования положительной ассоциации.

В Великобритании городам второго уровня трудно конкурировать с такими городами, как Лондон, несмотря на то, что вкладываются значительные суммы денег на физические улучшения и развитие инфраструктуры. Например, старые доки были отремонтированы, и множество ресторанов, баров и клубов, а также городские центры были заполнены новыми дорожными разработками. И во многих случаях этническое население города выросло. Тем не менее, реалиями последних пяти лет является то, что экономика большинства городов второго уровня сокращается с более высокой

скоростью, чем в среднем в Великобритании, несмотря на их растущее населения.

Большинство малых городов имеют статус исторических. В отличие от сравнительно недавно образованных малых городов (промышленных, курортных, научных центров и т. п.), малый исторический город – это особый тип сообщества, в котором в значительной мере сохранился отечественный историко-культурный потенциал, способный актуализироваться в современности. Во-первых, малые города являются своеобразной переходной ступенью от городской культуры с ее значительной профессиональной составляющей к традиционной сельской. Небольшой город ценен прежде всего тем, что он крепкими узами связан с сельской периферией, окружающей территорией, окрестными селами и деревнями, являясь своего рода «столицей» сельского района. Во-вторых, важнейшая особенность небольшого центра – взаимодействие с живой природой, первозданным ландшафтом в отличие от практически полностью искусственной среды большого города. В-третьих, социальная организация жизни в малом городе характеризуется такими параметрами культурного хронотопа, как неспешность и размеренность повседневности, близкое знакомство жителей друг с другом, более проникнутые чувством, нежели рассудочностью, взаимоотношения горожан. В связи с этим социальная информация, оседающая на протяжении многих лет в среде малого города (традиции, обычаи, мифы, фольклор и так далее), сохраняется дольше и всегда востребована.

Освоение рекреационного потенциала данных малых городов требует реализации следующих мероприятий:

- строительство простых, относительно недорогих, некрупных объектов размещения туристов и отдыхающих с расчетом на круглогодичное использование;
- предоставление предприятиям и организациям, заинтересованным в строительстве собственных зон отдыха в малых городах, земельных участков в виде государственных натуральных грантов в пределах норм застройки в конкретных районах развития туризма и отдыха;
- строительство объектов для социального отдыха и лечения (детей, инвалидов, престарелых) за счет бюджетных средств;
- создание туристских комплексов, этнографических музеев и зон отдыха;
- развитие сопутствующей инфраструктуры: транспортно-дорожной, водо-электро-теплоснабжения, телекоммуникаций.

Проблемы, которые препятствуют развитию туристическо-рекреационной сферы:

- неудовлетворительное состояние общей инфраструктуры и коммуникационной инфраструктуры;

- отсутствие в туристической индустрии квалифицированных кадров и низкое качество подготовки имеющихся специалистов, как на уровне предприятий (заведений размещения, питания и экскурсионного обслуживания), так и органов управления;
- недостаточное информационное обеспечение и содействие промоции туризма;
- проблемы сохранения и содержания в надлежащем состоянии культурно-исторических объектов, которые составляют туристическую ценность, как результат недостаточного государственного финансирования. Застройка исторических центров городов сегодня достаточно привлекательная для инвесторов;
- несоординированность нормативно методических документов планирования развития туристической сферы в малых городах с областными и общегосударственными программами и стратегиями развития.

С целью развития туризма в малых исторических городах необходимо:

- создать туристические кластеры по образцу уже существующих туристических кластеров;
- начать в малых городах создание консалтингово-тренинговых центров с широким профилем деятельности, в том числе с курсами повышения квалификации и подготовки кадров для туристической сферы;
- с целью создания сети туристических информационных центров часть средств от туристической отрасли направить на поддержку бесперебойной деятельности информационных центров. Как альтернативный способ их создания – вовлекать туристические фирмы в сотрудничество с соответствующим предоставлением льгот.

Таким образом, важным условием развития туризма в городе является разработка системы маркетинга городского туристского продукта, его продвижения на мировой и внутренний рынок. В крупнейших городах мира функцию продвижения туристского продукта на внешний и внутренний рынок выполняют учреждения туризма (информационно-туристские центры), которые являются организациями со значительным числом сотрудников и бюджетами в несколько миллионов долларов.

Было изучено множество малых городов Великобритании, в которых были выявлены их особенности и туристические объекты, зафиксированные впоследствии в таблицу.

Т а б л и ц а 1

Малые города Великобритании

Город	Природа	Объекты / События	Виды аттракций	Виды туризма
<i>Маргит</i>	Самый сухой и теплый климат в Англии, яблочные и вишневые сады, живописные деревни	Ракушечный грот, Королевский театр, музей современного искусства Тернера, парк развлечений «Dreamland», прогулочная железная дорога «Scenic Railway», ежегодный джазовый фестиваль	Природные ресурсы, культурные ресурсы, особые встречи, тематические парки, специальные мероприятия	Лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, рекреационный
<i>Бродстэйрс</i>	Солнечная погода	Фестиваль имени Чарльза Диккенса, музыкальный фестиваль народной музыки, кинотеатр «Дворец кино», церковь Святого Петра	Природные ресурсы, особые встречи, специальные мероприятия	Рекреационный, культурно-познавательный
<i>Кентерберри</i>	Солнечная погода, близость к морскому побережью	Кентерберийский собор, аббатство Святого Августина, церковь Святого Мартина, Кентерберийский замок	Культурное наследие	Культурно-познавательный
<i>Рамсгит</i>	Солнечная погода, близость к морскому побережью	Главные пески Рамсгита, водномоторный Гранпри, Рамсгитский карнавал	Природные ресурсы, особые встречи	Рекреационный
<i>Уэллс</i>	Солнечная погода	Кафедральный собор Уэллса	Природное наследие	Культурно-познавательный

<i>Дамфрис</i>	Близость к морскому побережью	Торговые центры	Специальные мероприятия	Рекреационный, потребительский
<i>Антрим</i>	Солнечная погода	Здание суда, Гленарифский лесопарк, долина реки Антрим, гольф-клубы	Природные ресурсы, особые встречи, культурное наследие	Рекреационный, культурно-познавательный, спортивный
<i>Бэзилдон</i>		Глостер-парк, Нортленд-парк, Мопсис-парк, Маркхемс Чайз, кантри-парк Вата Тэйлора, миниатюрная дизельная железная дорога, спортивная деревня Бэзилдона, театр Таунгейт, ежегодная выставка клуба моделистов-железнодорожников	Места отдыха и развлечений, тематические парки	Рекреационный, спортивный
<i>Инвернесс</i>	Солнечная погода	Торговые центры, озеро Лох-Несс	Природные ресурсы, специальные мероприятия	Культурно-познавательный, рекреационный, потребительский
<i>Колчестер</i>	Солнечная погода	Древнеримский замок и стена, Слэк Спейс, арт-галерея современного искусства и дизайна, скульптурная коллекция Эссекского университета	Культурное наследие, особые встречи, тематические парки	Культурно-познавательный, рекреационный
<i>Нордгемптон</i>	Солнечная погода	Музей Нордгемптона, Гильдхолл, церковь Гроба Господня, церковь Святого Георга, церковь Всех Святых, аббатство Делапре, усадьба Абингтон	Культурное наследие	Культурно-познавательный

<i>Обан</i>	Солнечная погода	Башня МакКей-га, Музей войны и мира	Культурное наследие, природные ресурсы	Культурно-познавательный, рекреационный
<i>Рединг</i>	Солнечная погода	Церковь Святой Марии, церковь Святого Лоренса, Аббатские ворота, Хоспитал-шоу, карнавал в Проспект-парке, конно-спортивные состязания, яхтенная регата	Культурное наследие, особые встречи	Культурно-познавательный, рекреационный, спортивный
<i>Рочестер</i>	Солнечная погода	Рочестерский замок, Рочестерский собор	Культурное наследие	Культурно-познавательный
<i>Уэймут</i>	Солнечная погода	Мелкомб Реджис, Сэндурлд, Лодмурский сельский парк	Культурное наследие, места отдыха и развлечений	Культурно-познавательный, рекреационный
<i>Холивуд</i>	Солнечная погода, близость к морскому побережью	Аббатство Холивуда	Культурное наследие	Культурно-познавательный
<i>Шрусбери</i>	Солнечная погода	Бенедиктинское аббатство, Шрусберийский замок, Шропширский полковой музей, Шрусберийский археологический музей	Культурное наследие	Культурно-познавательный, рекреационный

**Составлено автором*

Исходя из данной таблицы, можно отметить, что каждый город специализируется лишь на конкретном виде туризма. Это обуславливается слабым регулированием субъектов туризма и недостаточными инновациями в туристическую сферу.

Кроме социальных проблем, в туризме существуют и развиваются проблемы, связанные с политическими и экономическими перепадами и нестабильностью.

Все проблемы не только существенно тормозят развитие данной сферы деятельности, но и способствуют массовому оттоку доходов, которые приносят государству туристические учреждения и организации.

Подводя итоги по малым городам, можно подметить, что малые города потеряли собственную значимость, собственный статус культурного и промышленного центра региона. Развитие промышленности и инфраструктуры городов позволит добиться повышения жизненного уровня населения, выйти из критического положения малым городам и вновь приобрести статус культурного и промышленного центра региона.

Помощь развитию туристической сферы в малых городах нужно рассматривать как инструмент повышения уровня занятости населения, уменьшение трудовой миграции, в том числе молодежной, укрепление деловой активности, усовершенствование денежных показателей деятельности компаний, создание положительного туристического имиджа. С целью содействия развитию сферы туризма в малых городах нужно активно стимулировать предпринимательскую инициативу, создать удобный инвестиционный и предпринимательский климат, привлекать бизнесменов к созданию туристических информационных центров, формирование туристической рекламной стратегии.

У туризма в малых исторических городах Великобритании большой потенциал, и чем раньше его начнут эффективно использовать, тем скорее улучшится социальная ситуация в малых регионах страны. При этом, конечно, важно осознавать, что это не единственный фактор роста экономики малых исторических городов Великобритании, и не стоит рассчитывать на моментальные улучшения.

Литература

1. Информационный портал «Интерфакс» [Электронный ресурс]: URL: www.interfax.ru (дата обращения 21.09.2015)
2. Информационный портал «TRN-News» [Электронный ресурс]: URL: www.trn-news.ru (дата обращения 21.09.2015)
3. Научно-теоретический журнал «Социология города» [Электронный ресурс]: URL: <http://vgasu.ru/science/journals/city-sociology/archive/> (дата обращения 21.09.2015)
4. Информационный портал «DIALOG-UA» [Электронный ресурс]: URL: www.dialogs.org.ua (дата обращения 21.09.15)
5. Информационный портал «Молодой ученый» [Электронный ресурс]: URL: www.moluch.ru (дата обращения 11.10.2015)
6. Научно-теоретический журнал «Ярославский педагогический вестник» [Электронный ресурс]: URL: www.vestnik.yspu.org (дата обращения 17.10.2015)